



Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi

The Journal of International Social Research

Cilt: 9 Sayı: 43 Volume: 9 Issue: 43

Nisan 2016 April 2016

www.sosyalarastirmalar.com Issn: 1307-9581

**YEREL HALKIN TURİZMİN ETKİLERİNE YÖNELİK TUTUMLARINI ANLAMAK: YEREL HALKIN
BÖLGE İMAJİ VE TURİZME DESTEĞİ
UNDERSTANDING RESIDENTS' ATTITUDE TOWARD TOURISM IMPACTS: RESIDENTS' PLACE
IMAGE AND SUPPORT FOR TOURISM**

Gökhan AYAZLAR*

Öz

Bu çalışmanın amacı yerel halkın turizme yönelik tutumlarını öncül ve sonuç bağlamlarında incelemektir. Araştırma kapsamında yerel halkın bölge imajının turizme yönelik tutumlarına olan etkisi ve turizme yönelik tutumların turizmi desteklemeye olan etkisi ele alınmıştır. Veriler Marmaris'te yaşayan yerel halktan toplanmıştır. Temmuz-Eylül, 2015 döneminde anket yöntemiyle toplam 473 katılımcıdan veri elde edilmiştir. Araştırma modeli üzerinde kurgulanan hipotezler açıklayıcı faktör analizi, doğrulayıcı faktör analizi ve yapısal eşitlik modellemesi ile test edilmiştir. Bulgulara göre toplum hizmetleri, sosyal çevre ve fiziksel olanaklar Marmaris'te yaşayan yerel halkın bölge imajını oluşturan alt boyutlar olarak çıkmıştır. Yerel halkın bölge imajı ile turizmin etkilerine yönelik olumlu tutumları arasında pozitif yönlü, turizme yönelik olumsuz tutumları arasında ise negatif yönlü bir etki söz konusudur. Yerel halkın turizmin etkilerine yönelik olumlu tutumları ile turizme destekleri arasında pozitif yönlü, olumsuz tutumları ile turizme destekleri arasında ise negatif yönlü bir etki bulunmuştur. Elde edilen bulgular alan yazına ve uygulamaya katkıları bağlamında tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yerel Halkın Bölge İmajı, Turizmin Etkileri, Turizme Destek.

Abstract

The present study aims to investigate residents' attitude toward tourism within the contexts of antecedents and results. In the scope of this study, impact of residents' place image on their attitude toward tourism and the impact of their attitude toward tourism on their support for tourism were taken into consideration. The relevant study data was collected from residents in Marmaris County. In the period between July and September 2015, data was collected from 473 participants by means of a survey method. The hypothesis constructed on research model was analyzed through explanatory factor analysis, confirmatory factor analysis, and structural equation modeling. Based on the obtained findings, community services, social environment and physical opportunities were indicated as sub-dimensions by residents of Marmaris County, which constitute their local image. Whereas a positive effect was found between residents' place image and their positive attitude toward impacts of tourism; a negative effect exists between residents' place image and their negative attitude toward tourism. There were also an effect was found between residents' positive attitude and support for tourism; a negative effect between residents' negative attitude and support for tourism. Acquired findings were discussed in terms of their contribution into the literature and into practice.

Keywords: Residents' Place Image, Tourism Impacts, Support for Tourism.

1. GİRİŞ

Turizmin sürdürülebilir gelişimi için toplum, endüstri ve turistler arasındaki ilişkilerin uyumlu olması gerekmektedir. Turizmin gelişiminde yerel halkın desteğinin kazanılması, başarılı bir turizm planlaması için önemli öncelikler arasında yer almaktadır (Gürsoy ve Rutherford, 2004: 495; Sırakaya vd., 2012: 58; Gürsoy vd., 2010: 382; Nunkoo ve So, 2015: 1). Bununla birlikte turizmin toplum üzerindeki etkilerini olumlu ya da olumsuz olarak değerlendirmek mümkündür. Zhang vd. (2006), Wang ve Pfister (2008), Stylisid vd. (2014), Nunkoo ve Gürsoy (2012), Ko ve Steward (2002) yerel halkın turizme yönelik tutumlarının bu olumlu ve olumsuz etkilere göre açıklanabildiğini ifade etmektedirler. Yerel halkın turizme yönelik tutumları uzun bir süredir araştırmacıların ilgi alanı içerisindeydi. Önceleri turizmin sosyokültürel etkileri bağlamında değerlendirilen bu ilgi, daha sonraları yerel halkın turizm planlamasının ve sürdürülebilir çalışmalarının önemli bir paydaşı olduğunun anlaşılmasıyla farklı bakış açılarıyla ele alınmıştır. Zaman içerisinde yerel halk turizmin sadece etkilediği değil anı zamanda etkilendiği bir olgu olarak incelenmiştir.

Turistlerin destinasyon imajı ve bu imajın tutum ve davranışlara olan etkileri araştırmacılar tarafından üzerinde çokça çalışılan konulardandır (Bigne vd., 2001; Lee vd., 2005; Chen ve Tsai, 2007; Taşçı ve Kozak: 2006; Zhang vd., 2014). Daha sonra benzer bir bakış açısı ile yerel halkın bölge imajı ve davranışsal etkileri üzerine araştırmalar (Hallak vd, 2012; Jutla, 2000; Sharpley, 2014; Stylidis vd., 2014; Wang ve Chen, 2015) yapılmaya başlanmıştır. Bu çalışmalarda özet olarak vurgulanan iki önemli konu söz konusudur. Birincisi yerel halkın bölge imajının turizmin etkilerine yönelik geliştireceği tutumlar üzerindeki etkisidir.

* Yrd.Doç.Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, gokhanayazlar@mu.edu.tr.

İkinci önemli vurgu ise yerel halkın bölgeye yönelik imaj algısının turizmin diğer paydaşlarıyla kıyaslandığında uzun vadeli sürdürülebilir politikaları daha fazla destekliyor olmasıdır.

Bir bölge turistik bir destinasyon olmaya başladığında, bölgede yaşayan yerel halkın yaşam kalitesi turistik gelişmelerden etkilenir (Gürsoy vd., 2002 :80). Bu etki turizmin bölgeye sağladığı ekonomik fayda gibi olumlu olabilirken, toplumsal ve çevresel taşıma kapasitelerinin aşıldığı durumlardaki gibi olumsuz da olabilir. Akova'ya (2000: 28) göre olumsuz etkiler turizmin gelişimine yönelik planlamaları sekteye uğratabilmektedir. Özellikle ekonomisi turizme bağlı bölgelerde yerel halkın turizmin gelişimine isteyerek katılması, turizmin gelişim sürecinde kritik bir öneme sahiptir (Ko ve Stewart, 2002: 522). Yerel halkın yaşadığı bölge ile ilgili imajının doğru anlaşılması turizme yönelik geliştirebileceği tutumların öngörülebilmesi açısından önem taşımaktadır. Bu çalışmanın temel amacı yerel halkın turizmin etkilerine yönelik tutumlarını incelemektir. Ayrıca yerel halkın bölge imajı ve turizme destek kavramlarının bu tutumlarla öncül ve sonuç ilişkileri de alt amaç olarak araştırma kapsamında incelenmektedir. Uluslararası ve ulusal alan yazında yapılan çalışmalarda yerel halkın turizmin etkilerine yönelik tutumlarını öncül ve sonuçlarıyla bir model üzerinden inceleyen çalışmaların sayısı sınırlıdır. Bu yönüyle çalışmanın özgün ve alan yazına katkı sağlayacak bir yaklaşıma sahip olduğu söylenebilir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE HİPOTEZLER

Yerel halkın turizmin gelişimine yönelik tutumlarını açıklayan en anlaşılır modellerden birisi Doxey (1975) tarafından geliştirilen Tolerans Modelidir. Tolerans modeli yerel halkın turizme yönelik tutumlarındaki gelişimi dört aşamada açıklar. Modele göre yerel halk turizmin gelişmeye başladığı dönemdeki memnuniyeti zaman içerisinde turizmin olumsuz etkileri karşısında memnuniyetsizliğe döner. Bu olumsuz etkilerin ortaya çıkmasında turist ve turistik işletmelerin sayısındaki artışın yerel halkın tolerans seviyesini düşürmesi söz konusu olmaktadır. Sayısal artışın yanı sıra turist yerel halk arasında yaşanan uyumsuzluklar da toleransı etkileyen bir diğer olumsuz neden olarak görülebilir.

Alan yazında başvuru kaynağı olarak gösterilen bir başka çalışma olan Buttler'in (1980) Turizm Destinasyonu Yaşam Döngü Modeli, yerel halkın turizme yönelik tutumlarında değerlendirilen dikkat çekici bir modeldir. Buttler (1980: 7) bu modelde turizmin gelişimini yedi aşamada ele almaktadır: keşif, katılma, gelişim, güçlenme, durgunluk sonrasında gerileme veya yeniden canlanma. Yaşam döngü modelinde turist sayısı ve tipinin turizm yatırımları, çevre ve rekabet seviyesi üzerinde belirleyici bir etkisi olduğundan bahsedilmektedir. Doxey'in tolerans modelinde olduğu gibi turizm aktivitelerinin hacmi artarak kitle turizmine dönüşünce yerel halkın turizme yönelik tutumları olumludan olumsuza doğru değişim göstermektedir. İki modelin dikkat çeken vurgusu turizmin iyi planlanarak yönetilmediği müddetçe olumsuz etkilerinin ortaya çıkmasının kaçınılmaz olduğu üzerinedir.

Avcıkurt (2015: 127) yerel halkın turizmin gelişimine yönelik tutumlarını açıklarken sıklıkla atfı yapılan bir diğer yaklaşımın sosyal değişim teorisi olduğuna dikkat çeker. Ap (1992: 668) sosyal değişim teorisini genel bir sosyoloji teorisi olarak şu şekilde tanımlar: " bireylerin veya grupların etkileşimde bulunduğu bir durumda aralarında yaşanan kaynak değişimi". Turizm araştırmacıları (Nunkoo ve Ramkissoon, 2011; Wang ve Pfister, 2008; Gürsoy vd., 2010; Nunkoo ve So, 2015) bu teorik yaklaşımı turist-yerel halk, turist-turist ve turist-çalışan etkileşimlerinde ortaya çıkan sonuçları açıklamaya çalışırken kullanmışlardır. Zhang (2005: 186) turizm bağlamında sosyal değişim teorisini, turizmin gelişiminde toplumun fayda ve maliyet değişim algısı olarak açıklamaktadır. Bireylerin fayda - maliyet değişimlerinde faydanın veya maliyetin fazla olmasına göre turizme yönelik tutumlarında değişiklik beklenmektedir. Yerel halkın turizme yönelik geliştirebileceği tutumlarla ilgili farklı bir yaklaşım da sosyal kimlik teorisidir. Palmer vd. (2013: 149) sosyal kimliğin özellikle bölgeye olan aidiyet duygusuyla yerel halkın turizme ve turistlere yönelik davranışlarında açıklayıcı rolünden bahsetmektedir. Palmer vd. (2013), Nunkoo ve Gürsoy (2011), Ayazlar vd. (2015) çalışmalarında yerel halkın sosyal kimliğinin turizme yönelik geliştirebileceği davranışlar üzerindeki etkilerini incelemiştir.

Stylidis vd. (2014) yerel halkın turizmin etkilerine yönelik algılarını üç temel yaklaşımla değerlendirmektedir. Tablo 1'de sunulan bu yaklaşımlar fayda-maliyet, belirli alanlara yönelik fayda-maliyet ve gönüllülük yaklaşımı olarak sıralanmaktadır. İlk yaklaşımda turizmin potansiyel etkileri olumlu ve olumsuz etkileriyle değerlendirilerek fayda-maliyet değerlendirmesi yapılır. Olumlu etkiler turizmin gelişimine yönelik desteği olumlu etkilerken, olumsuz etkilerde desteğe yönelik olumsuz tutumlar ortaya çıkartır. İkinci yaklaşımda fayda maliyet analizinin belirli alanlarda yapılması söz konusudur. Bu alanlar genellikle ekonomik, sosyokültürel ve çevresel alanlardır. İlk yaklaşımda olduğu gibi belirli alanlara yönelik olumlu etkiler turizmin o alanda desteklenmesini doğrudan etkilemekte ve olumsuz etkilerde benzer biçimde olumsuz tutumların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Gönüllülük yaklaşımında ise yerel halkın turizmin farklı etkileri karşısında turizmin gelişimini daha güçlü desteklemesi söz konusudur. İlk iki yaklaşımdan farklı olarak gönüllülükte turizmin etkilerine yönelik olumlu beklenti ve destek duygusu hâkimdir.

Tablo 1: Algılanan Turizm Etkilerinin Sınıflandırılması ve Ölçümü

| Yaklaşım | Etkilerin sınıflandırılması ve ölçümü | Yerel halkın desteğine etkisi | Avantaj ve dezavantajlar |
|--|--|--|---|
| Fayda-maliyet | - Maliyetler ve faydalar (olumlu / olumsuz etkiler). - Etkinin olumlu veya olumsuz olduğuna yönelik anlaşma / anlaşmazlık. | - Maliyetler turizme yönelik desteğe doğrudan olumsuz etki yapar. - Faydalar turizme yönelik desteğe doğrudan olumlu etki yapar. | - Kolay ve karışıklık içermez. - Farklı alan ve etkiler arasındaki potansiyeli değişimi yok sayar. - Modelin öngörüsü sınırlıdır. - Etkinin yönlülüğü önceden belirlenebilir. |
| Belirli alanlara yönelik fayda-maliyet | - Ekonomik, sosyokültürel ve çevresel fayda / maliyetler. - Etkinin olumlu veya olumsuz olduğuna yönelik anlaşma / anlaşmazlık. | - Ekonomik, sosyokültürel ve çevresel maliyetler turizme yönelik desteğe doğrudan olumsuz etki yapar. - Ekonomik, sosyokültürel ve çevresel faydalar turizme yönelik desteğe doğrudan olumlu etki yapar. | - Farklı alanlardaki etkilerdeki potansiyeli yansıtır. - Daha güçlü bir öngörü modeli. - Karmaşık modeller. - Etkinin yönlülüğü önceden belirlenebilir. |
| Gönüllülük | - Ekonomik, sosyokültürel ve çevresel etkiler, - Veya fırsatlar ve ilgi alanları. - Turizmin genişlemesiyle ortaya çıkan ekonomik, sosyokültürel ve çevresel etkilerin olumlu veya olumsuz etkisi nesnel olarak algılanır. | - Yerel halkın daha olumlu olanları turizm etkileri karşısında daha güçlü bir şekilde turizmi destekler (ve tersine). - turizm fırsatlar ve ilgi alanlarına yönelik etkisini daha fazla yerel halk algıladığında turizme destekleri de artar (ve tersine) | - Farklı alanlardaki etki potansiyelini yansıtır. - Diğer iki yaklaşıma göre daha az karışık olan bir model. - Diğer iki yaklaşıma göre daha güçlü bir öngörü. - Etkilerin yönlülüğü yerel halkın değerlendirmesiyle belirlenir. |

Kaynak: Styliadis vd., 2014: 262

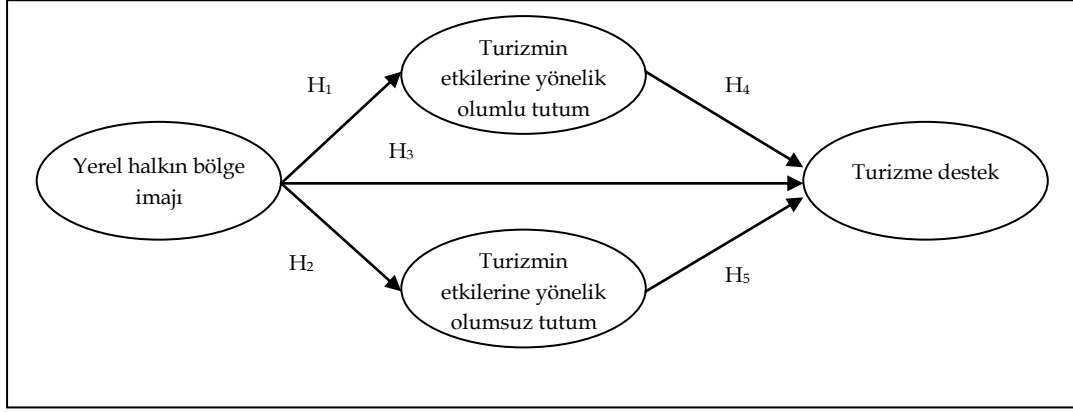
Turizmin etkilerinin olumlu veya olumsuz algılanması yerel halkın turizme yönelik geliştireceği tutumlarda önemli bir etkiye sahiptir (Tosun, 2002: 250; Carmichael, 2000: 605; Wang ve Pfister, 2008: 8; Gürsoy vd., 2010: 384; Sırakaya vd., 2012: 65). Turizmin etkileri genel olarak ekonomik, toplumsal ve fiziksel çevre etkileri olarak ele alınmaktadır. Yerel halkın bu etkileri olumlu düzeyde algılaması turizme yönelik desteğinin olumlu yönde olmasını sağlayacaktır. Olumsuz etkilerin ise bireylerde turizme yönelik olumsuz tutumlar oluşturması beklenmektedir.

Yerel halkın turizmin etkilerine yönelik tutumlarını açıklamaya çalışan araştırmacıların ilgisini çeken bir başka konu da yerel halkın bölge imajının etkisi olmuştur. Schroeder (1996: 73) yerel halkın yaşadıkları bölgeye ait imajlarının o bölgenin gelişimine yönelik tutumlarını etkilediğini belirtmektedir. Araştırmasını yürüttüğü Kuzey Dakota'da bölge imajı yüksek olan yerel halkın yaşadıkları bölgeyi başkalarına da önerdikleri ve başkalarını o bölgeye ziyaret etme konusunda teşvik ettiklerini gözlemlemiştir. Styliadis vd. (2014), Sharpley (2014), Noppanon ve Homsud ve Promsaard (2015), Styliadis (2015) yerel halkın bölge imajının turizmin etkilerine yönelik tutumları üzerindeki etkisini inceleyen diğer araştırmacılara örnek olarak gösterilebilir. Araştırmacılara göre yerel halkın bölgeye yönelik imajı turizmin gelişmesiyle ilgili edineceği tutumlarında önemli bir belirleyici konumundadır.

Yerel halkın bölge imajına yönelik çalışmalarda çekicilik unsurları belirlenirken araştırmacılar tarafından belirlenen ölçütler birbirine benzer özellikler göstermektedir. Henkel vd. (2006: 270); Schroeder, (1996: 71) bu unsurları iklim, atmosfer, konfor, emniyet ve güvenlik, spor imkanları, temizlik, müzeler, tarihi alanlar, kamp alanları, boş zaman olanakları, gezi alanları, yeme içme imkanları, kültür, alışveriş, altyapı durumu, iletişim, hizmet kalitesi ve yerel halkın cana yakınlığı olarak sıralamaktadırlar. Styliadis vd. (2014) bu çekicilikleri dört başlıkta gruplandırmıştır; toplumsal hizmetler (iş olanakları, kamu hizmetleri, ulaşım vb.), fiziksel görünüm (mimari, tarihi alanlar, manzara vb.), sosyal çevre (güvenlik, cana yakın yerel halk, temizlik vb.) ve eğlence hizmetleri (restoranlar, gece hayatı, alışveriş vb.).

Bunlara ilave olarak Henkel vd. (2006: 285) yerel halkın bölge imajının turizm geliminin desteklenirken aynı zamanda sürdürülebilirliğinin sağlanabilmesi noktasında önemli olduğunu vurgulamaktadırlar. Benzer biçimde Gürsoy vd. (2010: 382) turizmin gelişiminin sürdürülebilir olması için yerel halk tarafından desteklenmesini en önemli gereklilikler arasında göstermektedir. Dolayısıyla yerel halkın turizme desteğini belirleyen öncülleri anlayabilmek, başarılı bir turizm gelişiminin olması gereken ön koşullarından birisi olarak görülebilir.

Yukarıda çerçevesi çizilmeye çalışılan kavramsal yapıya ait model Şekil 1'de sunulmaktadır. Araştırma kapsamında aralarında ilişki kurgulanan kavramlar ve hipotezler şekil üzerindeki hipotez yolları üzerinden test edilmiştir.



Şekil 1: Araştırma Modeli

Schroeder (1996: 71) yerel halkın turizmi destekleyen davranışlarının geliştirilmesinde bölge imajına yönelik algıların güçlendirilmesini önermektedir. Yerel halkın bölge imajı tutum ve davranışlarında önemli bir belirleyici konumundadır. Bu bağlamda Stylidis vd. (2014: 263) bölgenin turistik gelişiminde yerel halkın bölge imajının önemine dikkat çekmektedir. Yerel halkın bölge imajı turizmin gelişimine yönelik desteğin anlaşılması için göz önünde bulundurulması gereken önemli konular arasındadır. Phu (2015: 17) bölge halkının yaşam memnuniyetinin turizme yönelik tutumlarını etkilediğine dikkat çekmektedir. Alcaniz vd. (2015: 291) ise yerel halkın turistik hizmetleri ve alanları kullanan kişiler olarak bir turist gibi de görülebileceğini dolayısıyla bölge imajına yönelik görüşlerinin değerli katkılar sunabileceğini ifade ederler. Jutla (2000: 405) turistik bölge yöneticilerinin planlama ve geliştirme çalışmalarında yerel halkın imaj algısını önemli bir girdi olarak görmelerini önermektedir. Bu bağlamda oluşturulan hipotezler aşağıda sunulmuştur;

H₁: Yerel halkın bölge imajı ile turizmin etkilerine yönelik olumlu tutumları arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H₂: Yerel halkın bölge imajı ile turizmin etkilerine yönelik olumsuz tutumları arasında negatif yönlü bir ilişki vardır.

H₃: Yerel halkın bölge imajı ile turizmi desteklemeleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

Carmichael (2000: 605) yerel halkın turistik gelişmelere yönelik davranışlarında olumlu ve olumsuz algılamalarının belirleyici olduğuna dikkat çekmektedir. Turizmin etkilerini olumlu olarak algılayanlar turistik gelişmelere yönelik olumlu davranışlar gösterirken, turizmin etkilerini olumsuz olarak algılayanlar turistik gelişmelere yönelik olumsuz davranışlar sergilemektedirler. Sırakaya vd. (2012: 65) yerel halkın turizmi desteğine yönelik tutumunu fayda ya da maliyet olarak algıladıkları etkilerle açıklamaktadırlar. Sosyal değişim teorisi ile açıklanabilecek olan bu tutuma göre yerel halk turizmden edindikleri fayda ya da zarara göre turizme yönelik tutum geliştirmektedirler. Yerel halkın turizme desteğinde turizmin ekonomik, sosyal ve çevresel faydaları önemli ölçüde etki sahibidir (Wang ve Pfister, 2008: 2). Lindberg ve Johnson (1997: 418), Lin ve Lu (2015: 3) özellikle ekonomik fayda beklentisinin yerel halkın turizme yönelik tutumunda yüksek seviyede etki yaptığına dikkat çekmektedir. Buna karşılık Türker ve Türker (2014: 96), Cengiz ve Kırkbir (2007: 34) yaptıkları araştırmada çevresel ve sosyal faktörlerin yerel halkın turizme yönelik tutumu üzerindeki etki yaptığı bulgusuna ulaşmışlardır. Duran ve Özkul (2012: 515), Nunkoo ve So (2015: 4) ise yerel halkın turizme yönelik desteğini turizmin olumlu etkilerini algılamalarıyla açıklamaktadır. Dolayısıyla yerel halkın turizme desteğini anlayabilmek için turizmden edindiği faydaları formüle etmek gerekmektedir. Bu bağlamda turizmin etkilerinin olumlu veya olumsuz olarak algılanması yerel halkın turizme desteği konusunda bir etkiye sahiptir denilebilir. Bu bilgilere göre hipotezler şu şekilde oluşturulmuştur;

H₄: Yerel halkın turizmin etkilerine yönelik olumlu tutumu ile turizmi desteklemeleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H₅: Yerel halkın turizmin etkilerine yönelik olumsuz tutumu ile turizmi desteklemeleri arasında negatif yönlü bir ilişki vardır.

3. YÖNTEM

Araştırma tasarımı nicel yaklaşımla gerçekleştirilmiştir. Kavramlar arasındaki ilişkilere ait hipotezlerin test edilmesi için ihtiyaç duyulan veriler, sosyal bilimlerde sıklıkla tercih edilen anket yöntemiyle toplanmıştır. Anket dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde yerel halkın bölge imajının ölçülmesine ait ifadeler yer almaktadır. Bu bölümdeki ifadeler Stylidis vd. (2014: 267) tarafından kullanılan ölçekten alınmıştır. İkinci bölümde ise yerel halkın turizme yönelik olumlu ve olumsuz tutumlarının belirlenmesine yönelik ifadeler bulunmaktadır. Bu bölümdeki ifadeler ise Nunkoo ve Gürsoy (2012:254) tarafından kullanılan ölçekten alınmıştır. Yerel halkın turizmi desteklemesi ile ilgili tutumlarının yer aldığı

dördüncü bölümdeki ifadeler Phu-Nghiem (2015:16) tarafından yürütülen çalışmadan alınmıştır. Dördüncü bölümde ise anket katılımcılarına ait sosyo-demografik bilgileri edinmeye yönelik sorular bulunmaktadır. Anket formunda yer alan kavramlara ait bütün ifadelerin katılımcılar tarafından değerlendirilmesinde ise Likert tipi (1=kesinlikle katılmıyorum ... 5=kesinlikle katılıyorum) katılım düzeyi kullanılmıştır.

Anket verileri 2015 Temmuz-Eylül döneminde Marmaris'ten toplanmıştır. Verilerin toplanmasında Marmaris bölgesinin tercih edilmesinde, uzun bir süredir ülkemizin en önemli turistik destinasyonlarından biri olması ve araştırmacının ulaşım kolaylığı gerekçe olarak kabul edilebilir. Ankette kullanılan ölçeklerin orijinal hali İngilizcedir. Anket ifadelerin Türkçeleştirilmesi anlamsal çeviri tekniği (Çakır, 2005:240) kullanılmıştır. Araştırma evrenini Marmaris'te yaşayan yerel halkın tamamı oluşturmaktadır. Ancak yerel halkın tümüne ulaşmanın mümkün olmadığı düşünülerek sosyal araştırmalarda sıklıkla kullanılan örneklem tekniği uygulanmıştır. Kolayda örnekleme yöntemiyle ulaşılabilecek kişi sayısının belirlenmesinde Özdamar (2003: 116) tarafından önerilen (N>1000) minimum örneklem büyüklüğü olan 385 ve kullanılacak analiz yöntemleri dikkate alınmıştır. Hair vd. (2014: 10) yapısal eşitlik modellemelerinde örneklem sayısının en az 200 olmasını önermektedir. Bu bilgiler ışığında Marmaris'te yaşayan yerel halkı temsilen 473 kişinin görüşlerine başvurulmuştur. Örneklemin tamamında veri toplanmadan önce pilot test yapılarak ölçeklerin güvenilirliği Croonbach alfa katsayıları ile kontrol edilmiştir. Verilerin analizinde ise AMOS 20 ve SPSS 19 programlarından faydalanılmıştır.

4. BULGULAR

4.1. Demografik Bulgular

Araştırmaya katılan katılımcılara ait demografik veriler Tablo 2'de sunulmaktadır. Tabloda sunulan verilere göre katılımcıların çoğunluğu erkek (%62,6), lise mezunu (%40,4), 19-29 yaş aralığında (%52,6), turizmle ilgili bir işte çalışıyor (%56,4) ve 10-19 yıldır Marmaris'te yaşamaktadır.

Tablo 2: Demografik Veriler

| Demografik Değişkenler | n | % | Demografik Değişkenler | n | % |
|------------------------|-----|------|----------------------------------|-----|------|
| <i>Cinsiyet</i> | | | <i>Yaş</i> | | |
| Kadın | 177 | 37,4 | 18ve altı | 21 | 4,4 |
| Erkek | 296 | 62,6 | 19-29 | 249 | 52,6 |
| <i>Eğitim</i> | | | 30-39 | 106 | 22,4 |
| İlköğretim | 39 | 8,2 | 40-49 | 59 | 12,5 |
| Lise | 191 | 40,4 | 50 ve üzeri | 38 | 8,0 |
| Ön lisans | 158 | 33,4 | <i>Marmaris'te yaşama süresi</i> | | |
| Lisans | 72 | 15,2 | 1-9 yıl | 105 | 22,2 |
| Lisansüstü | 13 | 2,7 | 10-19 yıl | 194 | 41,0 |
| <i>İş alanı</i> | | | 20 yıl ve üzeri | 174 | 36,8 |
| Turizmle ilgili | 267 | 56,4 | | | |
| Turizm dışı | 206 | 43,6 | | | |

Demografik değişkenlerde yer alan yaşama süresi dikkate alındığında katılımcıların çoğunluğunun (%77,8) 10 yıldır ve üzeri bir süredir Marmaris'te yaşadıkları görülmektedir. Benzer biçimde katılımcıların çoğunluğu (%56,4) turizmle ilgili bir işle ilgilidir. Bu oranlar bölge imajı ve turizme destek ile ilgili bulguların daha güvenilirliğini güçlendiren özellikler olarak değerlendirilebilir. Araştırma katılımcılarına ait diğer demografik bulgular Tablo 2'de ayrıntılı biçimde sunulmaktadır

4.2. Ortak Yöntem Varyansı

Araştırma verilerinin toplandığı ankette yer alan ifadeler farklı kavramlara ait olmakla birlikte aynı kişiler tarafından aynı zamanda değerlendirilmektedir. Bolat (2011: 93) bu durumun ortak yöntem varyansı eğilimi riski oluşturduğuna dikkat çekmektedir. Ortak yöntem varyansı olup olmadığı ile ilgili en sık kullanılan yöntem Harman'ın tek faktör testidir. Bu yöntemde kavramlara ait tüm ifadeler döngüsel açıklayıcı faktör analizine tabi tutulur. Analiz sonucunda olması gereken koşullar (a) tek bir faktörün ortaya çıkması veya (b) varyansın önemli bir bölümünü açıklayan genel bir faktörün olması olarak belirlenmektedir (Podsakoff vd., 2003: 889). Yapılan analiz sonucunda (b) koşulunu sağlayan bir genel faktörün toplam varyansın %38'ini açıkladığı bulunmuştur. Mat Roni (2014: 32) tek faktörle açıklanan varyansın %50'den düşük olması gerektiğini belirtmektedir. Bu bulguya dayanarak araştırmada ortak yöntem varyansı sorunu olmadığı söylenebilir.

4.3. Açıklayıcı Faktör ve Korelasyon Analizleri

Yerel halkın bölge imajı ile ilgili görüşlerinin alındığı ölçek, açıklayıcı faktör analizi ile incelenmiş ve ölçeğe ait boyutlar çıkartılmıştır. Elde edilen sonuçlarda toplam varyansın %86,4'ünü açıklayan üç alt faktör belirlenmiştir. Faktör sayısı ölçeğin alındığı Styliadis vd. (2014:267) tarafından yapılan araştırmada dört olarak belirlenmiştir. Toplam on dört ifadeden oluşan ölçekte bir ifade düşük faktör yükü sebebiyle çıkartılmış on üç ifade ile oluşan açıklayıcı faktör analizi sonuçları Tablo 3'de sunulmuştur. Faktörlere ait güvenilirlikler Crombach'ın Alfa katsayısı ile değerlendirilmiştir. Bütün faktörler Hair vd. (2014:123)

tarafından önerilen ,70 değerinin üzerindedir. KMO ve ve Bartlett testi ki kare değerleri faktör analizi için ölçeğin uygunluğunu göstermektedir.

Tablo 3: Yerel Halk Bölge İmajı Açıklayıcı Faktör Analizi

| Faktörler | Faktör Yüktü | Özdeğer | Cronbach Alfa | Açıklanan varyans % |
|---|--------------|---------|--------------------------------------|---------------------|
| Toplum Hizmetleri | | 8,688 | ,971 | 34,139 |
| Etkili yerel yönetim | ,897 | | | |
| İyi iş olanakları | ,893 | | | |
| Etkili kamu hizmetleri (polis, itfaiye vb.) | ,873 | | | |
| Toplu ulaşım hizmetleri | ,784 | | | |
| Sosyal Çevre | | 1,421 | ,963 | 28,774 |
| İnsanların cana yakınlığı | ,872 | | | |
| Temizlik | ,813 | | | |
| Yaşamak için güvenli | ,849 | | | |
| Fiziksel Olanaklar | | 1,124 | ,944 | 23,502 |
| İklim koşulları | ,877 | | | |
| Manzara | ,865 | | | |
| Tarihi eserler | ,816 | | | |
| Alışveriş olanakları | ,754 | | | |
| İyi restoranlar | ,735 | | | |
| Gece hayatı | ,695 | | | |
| | | | Kaiser Meyer Olkin Ölçek Geçerliliği | ,901 |
| | | | Bartlett Küresellik Testi Ki kare | 9981,970 |
| | | | sd | 78 |
| | | | p değeri | ,000 |

Araştırma modelinde yer alan turizmin olumlu etkilerine yönelik tutumlar, olumsuz etkilerine yönelik tutumlar ve turizme destek kavramlarına ait açıklayıcı faktör analizleri yapılmıştır. Bu analizlerde ölçeklerin alındığı araştırmalarla benzer şekilde alt boyutlar çıkmamıştır. Kavramlara ait güvenilirlik değerleri Cronbach Alfa katsayısı ile belirlenmiş olumlu etkilere yönelik tutumlar (,943), olumsuz etkilere yönelik tutumlar (,958) ve turizme destek kavramlarının (,887) alfa değerleri Field (2009:675) tarafından önerilen ,70 değerinin üzerinde bulunmuştur.

Tablo 4: Tanımlayıcı Değerler ve Korelasyon

| | \bar{X} | σ | Toplum Hizmetleri | Sosyal Çevre | Fiziksel Olanaklar | Olumlu Tutum | Olumsuz Tutum | Turizme Destek |
|--------------------|-----------|----------|-------------------|--------------|--------------------|--------------|---------------|----------------|
| Toplum Hizmetleri | 4,21 | 0,96 | ,920 | ,646** | ,667** | ,635** | -,727** | ,616** |
| Sosyal Çevre | 3,69 | 1,08 | | ,933 | ,645** | ,658 | -,727** | ,595** |
| Fiziksel Olanaklar | 3,71 | 0,99 | | | ,887 | ,725 | -,782** | ,655** |
| Olumlu Tutum | 3,36 | 1,08 | | | | ,856 | -,765** | ,769** |
| Olumsuz Tutum | 3,52 | 1,07 | | | | | ,825 | -,709** |
| Turizme Destek | 2,37 | 1,06 | | | | | | ,793 |

\bar{X} : Aritmetik ortalama, σ : Standart sapma, \sqrt{AVE} değerleri diyagonal ve kalın olarak belirtilmiştir. **p<,001

4.4. Ölçüm Modeli, Güvenilirlik ve Geçerlik

Araştırma kapsamında incelenen kavramlar arası ilişkilerin yapısal eşitlik modeli için uygun olup olmadığını belirlemek için doğrulayıcı faktör analizi (DFA) yapılmıştır (Tablo 5). DFA sonuçlarının güvenilirliği ve geçerliği ölçüm modelinin yapısal model için uygunluğunu belirleyen önemli göstergeler arasındadır. Tablo 5’de gösterildiği gibi modelin güvenilirliği için bileşik güvenilirlik (composite reliability – CR) değerleri dikkate alınmıştır. Bagozzi ve Yi (2012: 17) CR değeri için ,70 sınırını önermektedirler. Ölçüm modelinde yer alan kavramlara ait bileşik güvenilirlik değerleri ,834-,891 (Tablo 5) aralığında olduğu için bileşik güvenilirlik koşulunu sağlamaktadır. Ölçüm modelinin geçerliğinde ise yapı geçerliğinin iki temel ölçütü göz önünde bulundurulmuştur; uyuşum geçerliği (convergent validity) ve ayrışım geçerliği (discriminant validity).

Ölçüm modelinin uyuşum geçerliği standardize edilmiş faktör yükleri, çıkartılan ortalama varyans (Average Variance Extracted – AVE) değerleri ve CR-AVE karşılaştırması ile değerlendirilmiştir. Uyuşum geçerliğinde faktör yüklerinin 0,70’ten yüksek olması ve AVE değerlerinin 0,50’den düşük olmaması gerekmektedir (Hair vd., 2014:103) Tablo 5’de görüleceği gibi kavramlara ait faktör yüklerinin tamamı 0,70’in üzerindedir. AVE değerlerinin de de 0,50 sınırının üzerinde olması uyuşum geçerliğini göstermektedir. Uyuşum geçerliği ile ilgili bir diğer değerlendirme ise CR ve AVE değerlerinin karşılaştırması ile yapılmaktadır. CR değerlerinin AVE değerlerinden yüksek olması durumunda uyuşum geçerliği koşulu sağlanmaktadır. Ölçüm Modelinde (Tablo 5) CR değerleri AVE değerlerinin üzerinde olduğu görülmektedir.

Ayrışım geçerliği iki ölçüt üzerinden test edilmiştir. Birinci ölçüt Hair vd. (2014: 105) tarafından önerilen geleneksel yaklaşımla AVE karekök değerleri ile değişkenlerin korelasyonlarının karşılaştırılmasıdır. Bu karşılaştırmada AVE karekök değerleri korelasyon değerlerinden yüksek olmalıdır.

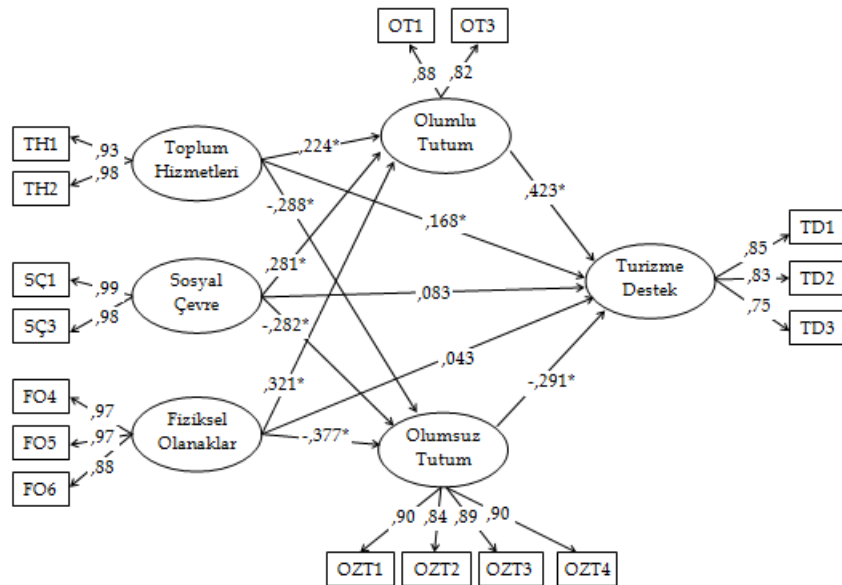
Tablo 4’de görüleceği gibi karekök AVE değerleri korelasyon değerlerinin üzerindedir. Ayrışım geçerliği için kullanılan ikinci ölçütte paylaşılan varyansın maksimum (Maximum Shared Variance - MSV) ve ortalama (Average Shared Variance - ASV) değerleri incelenmiştir. Bekk vd. (2015: 6) ’ne göre MSV ve ASV değerlerinin AVE değerinden küçük olması gerekmektedir. Tablo 5’de MSV ve ASV değerlerinin biri dışında AVE değerlerinden küçük olduğu görülmektedir. Turizme destek değişkeninin ASV değeri bu koşulu sağlarken MSV değeri çok az bir farkla yüksek çıkmıştır. Ancak ayrışım geçerliğinin diğer tüm koşullarının sağlanmış olması gerekçesiyle ölçüm modelinin ayrışım geçerliği olduğu kabul edilebilir.

Tablo 5: Ölçüm Modeli Doğrulayıcı Faktör Analizi

| Kavramlar/İfadeler | Faktör Yükleri | CR | AVE | MSV | ASV |
|---|----------------|------|------|------|------|
| Toplum Hizmetleri | | ,881 | ,847 | ,513 | ,437 |
| Etkili yerel yönetim | ,893 | | | | |
| Toplu ulaşım hizmetleri | ,898 | | | | |
| Etkili kamu hizmetleri (polis, itfaiye vb.) | ,826 | | | | |
| Sosyal Çevre | | ,886 | ,872 | ,503 | ,443 |
| İnsanların cana yakınlığı | ,876 | | | | |
| Temizlik | ,896 | | | | |
| Fiziksel Olanaklar | | ,859 | ,788 | ,555 | ,461 |
| Alışveriş olanakları | ,871 | | | | |
| İyi restoranlar | ,869 | | | | |
| Gece hayatı | ,784 | | | | |
| Olumlu Tutum | | ,891 | ,733 | ,630 | ,464 |
| Daha fazla iş olanakları | ,861 | | | | |
| Daha fazla yatırım | ,906 | | | | |
| Daha fazla gelir | ,798 | | | | |
| Olumsuz Tutum | | ,834 | ,681 | ,638 | ,548 |
| Trafik yoğunluğu | ,745 | | | | |
| Doğal yapının bozulması | ,803 | | | | |
| Kalabalıklaşan plajlar ve diğer ortak alanlar | ,795 | | | | |
| Suç oranında artış | ,791 | | | | |
| Turizme Destek | | ,835 | ,629 | ,638 | ,556 |
| Turistik çekiciliklerin geliştirilmesi | ,704 | | | | |
| Turistik tanıtım çalışmaları | ,874 | | | | |
| Ziyaret tavsiyeleri | ,704 | | | | |

4.5. Yapısal Model

Chi ve Qu (2008: 631) yapısal modelin en belirgin amacını, gizil değişkenler arasında kurgulanan hipotezleri kabul veya reddetmeyi sağlayan tahmini katsayıların anlamlılık testi olarak ifade etmektedirler. Şekil 2’de AMOS programı aracılığıyla analiz edilen tahmini yol katsayıları sunulmaktadır. İstatistiksel anlamlılık içeren katsayılar asteriks ile belirginleştirilmiştir. Uyum iyiliği indekslerinin Hu ve Bentler (1999: 27-28) ve Hair vd. (2014: 578-579) tarafından önerilen kabul edilebilir değerlerde olması modelin uygunluğunu göstermektedir: X^2 : 2, 570; df: 91; $p < ,001$; GFI: ,936; NFI: ,970 CFI: ,980; RMSA: ,062. Hipotez test sonuçları Şekil 2 ve Tablo 6’da verilmiştir (Uyum iyiliği indeksi - GFI, Ölçeklendirilmiş uyum indeksi - NFI, Karşılaştırmalı uyum indeksi - CFI, Yaklaşık hataların ortalama karekökü - RMSA).



Şekil 2: Test Edilen Yapısal Model

Tablo 5: Yapısal Model Yol Test Sonuçları

| Hipotez yolu | β | S.H. | C.R. | p | Sonuç |
|--------------------------------------|---------|------|--------|------|---------------|
| Toplum hizmetleri → Olumlu tutum | ,224 | ,062 | 4,043 | *** | Desteklendi |
| Toplum hizmetleri → Olumsuz tutum | -,288 | ,043 | -6,656 | *** | Desteklendi |
| Toplum hizmetleri → Turizme destek | ,168 | ,058 | 3,336 | *** | Desteklendi |
| Sosyal çevre → Olumlu tutum | ,281 | ,061 | 5,049 | *** | Desteklendi |
| Sosyal çevre → Olumsuz tutum | -,282 | ,043 | -6,481 | *** | Desteklendi |
| Sosyal çevre → Turizme destek | ,083 | ,057 | 1,659 | ,097 | Desteklenmedi |
| Fiziksel olanaklar → Olumlu tutum | ,321 | ,065 | 5,684 | *** | Desteklendi |
| Fiziksel olanaklar → Olumsuz tutum | -,377 | ,045 | -8,444 | *** | Desteklendi |
| Fiziksel olanaklar → Turizmde destek | ,043 | ,064 | ,784 | ,433 | Desteklenmedi |
| Olumlu tutum → Turizme destek | ,423 | ,058 | 7,475 | *** | Desteklendi |
| Olumsuz tutum → Turizme destek | -,291 | ,071 | -4,726 | *** | Desteklendi |

β : Standardize edilmiş beta katsayısı; S.H.: Standart hata; C.R.: Critical Ratio; p: istatistiksel anlamlılık;

***: p<0,001

İlk hipotez yerel halkın bölge imajının turizmin olumlu etkilerine yönelik tutumlarını etkilediğini ifade etmektedir. Yerel halkın bölge imajına yönelik açıklayıcı faktör analizinde üç boyut (toplum hizmetleri, sosyal çevre ve fiziksel olanaklar) belirlenmişti. H₁ hipotez testi bu üç alt boyut üzerinden değerlendirilmiştir. Analiz sonuçlarına göre bölgenin toplum hizmetleri (β =,281; CR=4,043; p<,001), sosyal çevresi (β =,224; CR=5,049; p<,001) ve fiziksel olanaklarının (β =,321; CR=5,684; p<,001) yerel halkın turizmin olumlu etkilerine yönelik tutumları üzerinde pozitif yönlü bir etkisi bulunmaktadır. Eldeki bulgulara göre H₁ hipotezi desteklenmektedir.

H₂ hipotezi yerel halkın bölge imajının turizmin olumsuz etkilerine yönelik tutumlarını etkilediği yönündedir. Üç alt boyut ile incelenen etkinin negatif yönlü olması beklenmektedir. Buna göre bölgenin toplum hizmetleri (β =-,288; CR=-6,656; p<,001), sosyal çevresi (β =-,282; CR=-6,481; p<,001) ve fiziksel olanakları (β =-,377; CR=-8,444; p<,001) yerel halkın turizmin olumsuz etkilerine yönelik tutumlarını negatif yönlü etkilemektedir. Bulgulara göre her üç alt boyutun yerel halkın turizmin etkilerine yönelik tutumlarında negatif yönlü bir etkisi olduğu görülmekte, dolayısıyla H₂ hipotezi desteklenmektedir.

Yerel halkın bölge imajının turizme yönelik destekleri üzerindeki etkisi H₃ hipotezi ile test edilmiştir. İlk iki hipotezle benzer biçimde yerel halkın bölge imajı üç alt boyut üzerinden değerlendirilmiştir. Analiz sonuçlarına göre üç alt boyuttan sadece toplum hizmetleri boyutunun (β =,168; CR=3,336; p<,001) turizme destek üzerinde pozitif yönlü bir etkisi söz konusudur. Diğer iki boyut sosyal çevre ve fiziksel olanakların istatistiksel açıdan anlamlı bir etkisi yoktur. Bulgular neticesinde H₃ hipotezi desteklenmemiştir.

H₄ hipotezi ile yerel halkın turizmin olumlu etkilerine yönelik tutumlarının turizme destek olmaları üzerindeki etkisi test edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre yerel halkın turizmin olumlu etkilerine yönelik tutumlarının (β =,423; CR=7,475; p<,001) turizme destek olmaları üzerinde pozitif yönlü bir etkisi bulunmuştur. Bulguya göre H₄ desteklenmektedir. Son hipotez olan H₅ hipotezi le yerel halkın turizmin olumsuz etkilerine yönelik tutumlarının turizme destek olmaları üzerindeki etkisi test edilmiştir. Analiz bulgusuna göre yerel halkın turizmin olumsuz etkilerine yönelik tutumlarının (β =-,291; CR=-4,726; p<,001) turizme destek olmaları üzerinde negatif yönlü bir etkisi olduğu görülmüştür. Sonuç olarak H₅ hipotezi desteklenmiştir.

5. SONUÇ

Bu çalışma yerel halkın turizmin etkilerine yönelik tutumlarında algılanan bölge imajının etkisini ve turizmin etkilerine yönelik tutumların turizmi desteklemeye olan etkisini incelemek amacıyla yürütülmüştür. Araştırma sonucunda elde edilen bulgular geneli itibarıyla alan yazındaki benzer araştırmalarla örtüşmektedir.

Yerel halkın bölge imajı ile turizme yönelik tutumlarının oluşmasında doğrudan bir ilişki söz konusudur. Araştırmada üç alt boyutta incelenen bölge imajında fiziksel olanaklar, toplum hizmetleri ve sosyal çevrenin yerel halkın turizmin etkilerine yönelik tutumlarını olumlu ve olumsuz yönde etkilediği bulunmuştur. Yerel halkın bölge imajı güçlendikçe turizme yönelik tutumlar olumlu olmakta, imaj azalınca turizme yönelik tutumlar olumsuz olmaktadır. Bulgular Schroeder (1996) ve Styliadis vd. (2014) tarafından ulaşılan bulgularla benzerlik göstermektedir. Schroeder (1996) yerel halkın turizmi destekleme ihtimalinin, bölgeyi nasıl algıladıkları ile açıklanabileceğine dikkat çekmektedir. Araştırmada ulaşılan bu bulgunun alan yazına olduğu kadar destinasyon yöneticileri için de önemli bir bilgi olduğu düşünülmektedir. Turistik destinasyonların yalnızca ziyaretçilerin beklentilerine göre planlaması uzun vadede turizm gelişiminin önemli bir paydaşı olan yerel halkın desteğinin azalmasına neden olabilir. Planlamalar yapılırken yerel

halkın bölge imajının ve beklentilerinin göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Araştırma kapsamında ulaşılan bulguların bu yönüyle destinasyon yöneticileri için önemli bir katkı sunduğu düşünülmektedir.

Araştırmada elde edilen bir diğer önemli bulguya göre yerel halkın turizmi algılama düzeyi, turizme olan desteğinde önemli bir belirleyici konumundadır. Olumlu aldılar desteği artırırken, olumsuz algılar desteği azaltmaktadır. Nunkoo ve So (2015: 11), Gürsoy vd., (2010: 385), Wang ve Pfister (2008:2) yerel halkın turizmin gelişmesini desteklerken olumlu etkilerini görmek istediklerini belirtmektedirler. Turizmin etkilerine yönelik olumsuz algı ile turizme destek arasında negatif yönlü bir ilişki söz konusudur (Gürsoy vd., 2010: 384). Ko ve Stewart (2002: 528) yerel halkın turizmin etkilerini olumlu ve olumsuz algılamalarının, turizmin gelişimine yönelik tutumlarını etkilediğini bulmuştur. Bu bulgu ile sosyal değişim teorisi ile açıklanan yerel halkın turizme yönelik tutumları alan yazınına katkıda bulunulmuştur. Ancak turizmin gelişiminin yalnızca yerel halkın tutumu ve desteği ile açıklanamayacağının da unutulmaması gerekmektedir. Zhang vd. (2006: 183) turizme yönelik negatif tutumlara sahip bireylerin çoğunlukta olduğu bölgelerde de turizmin gelişimini başarılı bir biçimde sürdürdüğüne dikkat çekmektedirler. Destinasyon yöneticileri için yerel halkın turizmi destekleyici davranış göstermelerini sağlamak oldukça karışık ve farklı etkenleri olan bir konudur. Bu çalışma yerel halkın turizmin etkilerine yönelik tutumlarının bu karışık konuda belirleyici bir etken olduğunu göstermesiyle yöneticiler için önemli bir bulguya sahiptir. Yöneticilerin uygulamalarında yalnızca işletmecilerin veya turistlerin değil, aynı zamanda yerel halkın da fayda beklentilerini göz önünde bulundurmaları zorundadır. Endüstrinin önemli bir paydaşı olan yerel halkın turizmi destekleyici yaklaşımları, sürdürülebilir turizm politikalarının daha güçlü uygulanmasına olanak sağlayacaktır.

Bu araştırma, benzer araştırmalarda olduğu gibi bazı sınırlılıklar içermekte ve ileriki araştırmacılara önerilerde bulunmaktadır. Araştırmanın örnekleminin Marmaris'te yaşayan yerel halktan oluşması elde edilen bulguların yalnızca bu bölge için geçerli olacağını göstermektedir. Benzer araştırmalarla ulaşılabilecek olan bulgular elde edilen sonuçların genelleştirilmesine katkı sağlayacaktır. Çalışmanın kitle turizminin yoğun olarak yapıldığı bir destinasyonda yürütülmesi bir diğer sınırlılık durumu olarak ifade edilebilir. Alternatif turizm türlerinin gerçekleştirildiği bölgelerde yaşayan yerel halkın turizmin etkilerine yönelik tutumları öncül ve sonuç aşamaları ile birlikte incelenebilir. Karşılaştırmalı analizler alan yazına önemli katkılar sunabilir. Araştırma modelinde yerel halkın bölge imajı, turizme yönelik tutumlarının öncülü olarak belirlenmiştir. Yerel halkın farklı özelliklerinin (kimlik, gelir, cinsiyet vb.) öncül olarak değerlendirilmesi turizme yönelik tutumların açıklanması alan yazınına katkıda bulunacaktır.

KAYNAKÇA

- AKOVA, Orhan (2000). "Yerel halkın Turizmin Etkilerini Algılamalarına ve Tutumlarına Yönelik Bir Araştırma", *Akademik İncelemeler Dergisi*, S. 2(1), 1-34.
- ALCANIZ, E. Bigne, GARCIA, I. Sanchez ve BLAS S. Sanz (2015), "Relationships Among Residents' Image, Evaluation of The Stay and Post-Purchase Behaviour", *Journal of Vocation Marketing*, S. 11(4), s. 291-302.
- AP, John (1992). "Residents' Perception on Tourism Impacts", *Annals of Tourism Research*, S. 19(4), s. 665-690.
- AVCIKURT, Cevdet (2015). Turizm Sosyolojisi Genel ve Yapısal Yaklaşım, 4. Baskı Ankara: Detay Yayıncılık
- AYAZLAR, Gökhan, ASLAN, Saim ve ÇÖRÜŞ, Hasan Ali (2015). Nereden Bilelim? Kimliğinde Turizmci Mi Yazıyor: Yerel Halk ve Sosyal Kimlik Teorisi, İçinde Kelkit A. (Ed.) 16. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı (s. 884-858), Ankara: Detay Yayıncılık.
- BAGOZZI, P. Richard ve YI (2012). "Specification, evaluation, and interpretation of structural equation models", *J. Of the Acad. Mark. Sci.*, S40(8), s. 8-34.
- BEKK, Magdalena, SPÖRRLE, Maahias ve KRUSE, Joachim (2015). The Benefits of Similarity Between Tourist and Destination Personality, *Journal of Travel Research*, doi: 10.1177/0047287515606813.
- BIGNE, J. Enrique, SANCHEZ, M. Isabel ve SANCHEZ, Javier (2001). "Tourism Image, evaluation variables and After Purchase Behaviour: Inter-relationship", *Tourism Management*, S. 22, s. 607-616.
- BOLAT, Oya İnci (2011). İş Yükü, İş Kontrolü ve Tükenmişlik İlişkisi, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, S. 25(2), s. 87-101.
- BUTLER, W. Richard (1980). "The Concept of Tourist Area Cycle of Evolution: Implications For Management of Resources", *Canadian Geographer*, S. 24(1), s. 5-12.
- CARMICHAEL, A. Barbara (2000). "A Matrix Model For Resident Attitudes and Behaviours in a Rapidly Changing Tourism Area", *Tourism Management*, S. 21, s. 601-611.
- CENGİZ, Ekrem ve KIRKBİR, Fazıl (2007). "Yerel halk Tarafından Algılanan Toplam Turizm etkisi İle Turizm desteği Arasındaki İlişkiye Yönelik Yapısal Bir Model Önerisi", *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, S7(1), s. 19-37.
- CHEN, Ching-Fu ve TSAI, DungChun (2007). "How Destination Image and Evaluative Factors Affect Behavioral Intention?", *Tourism Management*, S. 28, s. 1115-1122.
- CHI, Christina Geng-Qing, QU, Hailin (2008). "Examining The Structural Relationships of Destination Image, Tourist Satisfaction and Destination Loyalty: An Integrated Approach", *Tourism Management*, S. 29, s. 624-636.
- ÇAKIR, Abdulkadir (2005). "Çeviri Yöntemleri", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, S. 14, s. 237-244.
- DOXEY, G.V. (1975). A Causation Theory of Visitors Irritants, Methodology and Research Inferences. The Impact of Tourism Six Annual Conference Proceedings of The research Association, San Diego, s. 195-198.
- DURAN, Erol ve ÖZKUL, Emrah (2012). "Yerel Halkın Turizm Gelişimine Yönelik Tutumları: Akçakoca Örneği Üzerinden Yapısal Bir Model", *International Journal of Human Sciences*, S. 9(2), s. 500-520.
- FIELD, Andy (2009). *Discovering Statistics Using SPSS*, Third Edition London: SAGE Publication.
- GÜRSOY, Dogan, JUROWSKI, Claudia ve UYSAL, Muzaffer (2002). "Resident Attitudes A Structural Modeling Approach", *Annals of Tourism Research*, S. 29(1), s. 79-105.

- GÜRSOY, Doğan ve RUTHERFORD, G. Denney (2004). "Host Attitudes Toward Tourism An Improved Structural Model", *Annals of Tourism Research*, S. 31(3), s. 495-516.
- GÜRSOY, Dogan, CHI, G. Christina ve DYER, Pam (2010). "Locals' Attitudes Toward Mass and Alternative Tourism: The Case of Sunshine Coast, Australia", *Journal of Travel Research*, S. 49(3), s. 381-394
- HALLAK, Rob, BROWN, Graham ve LINDSAY, J. NOEL (2012). "The place identity - Performance relationship among tourism entrepreneurs: A structural equation modelling analysis", *Tourism Management*, S. 33, s. 143-154.
- HAIR, F. Joseph, HULT, M.G. Thomas, RINGLE, M. Christian, SARSTEDT, M. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, London: SAGE Publication.
- HENKEL, Roy, HENKEL, Pattaya, AGRUSA, Wendy, AGRUSA, Jerome ve TANNER, John (2006). "Thailand As a Tourist destination: Perceptions of International Visitors and Thai residents", *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, S. 11(3), s. 269-287.
- HOMSUD Noppanon ve PROMSAARD, Sompong (2015). The effects of residents' image and perceived tourism impacts to residence satisfaction and support: A case study of Hua-Hin Prachubkirkhan", *The 2015 WEI International Academic Conference Proceedings*, Vienna.
- HU, Li-Tze ve BENTLER, M. Peter (1999). "Cutoff Criteria for Fit Indexes in Covariance Structure Analysis: Conventional Criteria Versus New Alternatives", *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, S. 6(1), s. 1-55.
- JUTLA, S. Rajinder (2000). "Visual Image of The City: Tourists' Versus Residents' Perception of Simla, A Hill Station in Northern India", *Tourism Geographies*, S. 2(4), s. 404-420.
- KO, Dong-Wan ve STEWART, P. William (2002). "A Structural Equation Model of Residents' Attitudes for Tourism Development", *Tourism Management*, S. 23, s. 521-530.
- LIN, Huei-Wen ve LU, Huei-Fu (2015). "Valuing Residents' Perceptions of sport Tourism Development in Taiwan's North Coast and Guanyishan National Scenic Area", *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, s. 1-27 doi: 10.1080/10941665.2015.1050424
- LINDBERG, Kreg ve JOHNSON, L. Rebecca (1997). "Modeling Resident Attitudes Toward Tourism", *Annals of Tourism Research*, S. 24(2), s. 402-424.
- LEE, Choong-Ki, LEE, Young-Ki ve LEE, BongKoo (2005). "Korea's Destination Image Formed By The 2002 World Cup", *Annals of Tourism Research*, S. 32(4), s. 839-858.
- MAT RONI, Saiyidi (2014). *Introduction to SPSS*, Joondalup: SOAR Centre Graduate research School Edit Cowan University
- NUNKOO, Robin ve SO, Kevin Kam Fung (2015). "Residents' Support for Tourism: Testing Alternative Structural Models", *Journal of Travel Research*, doi: 10.1177/0047287515592972.
- NUNKOO, Robin ve RAMKISSOON, Haywantee (2011). "Developing A Community Support Model For Tourism", *Annals of Tourism Research*, S. 38(3), s. 964-988.
- NUNKOO, Robin ve GURSOY, Dogan. (2012). "Residents' Support for Tourism An Identity Perspective", *Annals of Tourism Research*, S. 39(1), s. 243-268.
- NUNKOO, Robin ve SO, Kevin, Kam, Fung (2015). "Residents' Support for Tourism: Testing Alternative Structural Models", *Journal of Travel Research*, doi: 10.1177/0047287515592972.
- ÖZDAMAR, Kazım (2003). *Modern Bilimsel Araştırma Yöntemleri, Eskişehir: Kaan Kitabevi.*
- PALMER, Adrian, KONING-LEWIS, Nicole ve JONES, E.M. Lisa (2013). "The Effects of Residents' Social Identity And Involvement on Their Advocacy of Incoming Tourism", *Tourism Management*, S. 38, s.142-151.
- PHU-NGHIEM, Binh (2015). "Perceptual and Functional Antecedents of Local Residents' Support for Tourism: Findings of a Study in Hanoi, Vietnam", *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, doi: 10.1080/10941665.2015.1050423.
- PODSAKOFF, M. Philip, MACKENZIE, B. Scott, PODSAKOFF, P. Nathan ve LEE Jeong-Yeon (2003). "Common Method Biases in Behavioral Research: A Critical Review of The Literature and Recommended Remedies", *Journal of Applied Psychology*, S. 88(5), s. 879-903.
- SCHROADER, Tim (1996). "The Relationship of Residents' Image of Their State as a Tourist destination and Their Support for Tourism", *Journal of Travel Research*, S. 34(4), s. 71-73.
- SHARPLEY, Richard (2014). "Host perceptions of tourism: A review of the research", *Tourism Management*, S. 42, s. 37-49.
- SIRAKAYA, Ercan, TEYE, Victor ve SÖNMEZ, Sevil (2012). "Understanding Residents' Support for Tourism Development in The Central Region of Ghana", *Journal of Travel Research*, S.41(1), s. 57-67.
- STYLIDIS, Dimitros, AVITAL, Biran ve EDITH, M. Szivas (2014). "Resident's Support for Tourism Development: The Role of Residents' Place Image and Perceived Tourism Impacts", *Tourism Management*, S. 45, s. 260-274.
- STYLIDIS, Dimitrios (2015). "The Role of Place Image Dimensions in Residents' Support For Tourism Development", *International Journal of Tourism Research*, doi: 10.1002/jtr.2039.
- TAŞÇI, Aslı ve KOZAK, Metin (2006). "Destination Brands Vs Destination Images: Do We Know What We Mean?", *Journal of Vacation Marketing*, S. 12(4), s. 209-317.
- TOSUN, Cevat (2002). "Host Perceptions of Impacts A Comparative Tourism Study", *Annals of Tourism Research*, S. 29(1), s. 231-253.
- TÜRKER, Ö. Gülay ve TÜRKER, Ali (2014). "Yerel Halkın Turizm Etkilerini Algılama Düzeyi Turizm Desteğini Nasıl Etkiler: Dalyan Destinasyon Örneği", *Electronic Journal of Vocational Colleges*, Mayıs, s. 81-98.
- WANG, Yasong ve PFISTER, E. Robert (2008). "Residents' Attitudes Toward Tourism and Perceived Personal Benefits in a Rural Community", *Journal of Travel Research*, S. 47(1), s. 84-93.
- WANG, Suosheng ve CHEN, S. Joseph (2015). "The influence of place identity on perceived tourism impacts", *Annals of Tourism Research*, S. 52, s. 16-28.
- ZHANG, Jiaying, INBAKARAN, J. Robert ve JACKSON, S. Mervyn (2006). "Understanding Community Attitudes Towards Tourism and Host-Guest Interaction in The Urban-Rural Border Region", *Tourism Geographies*, S.8(2), s. 182-204.
- ZHANG, Hongmei, FU, Xiaoxiao, CAI, A. Lipsing ve LU, Lin (2014). "Destination Image and Tourist Loyalty: A Meta-Analysis", *Tourism Management*, S. 40, s. 213-223.